

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра управления недвижимостью

НОВИКОВА

Ольга Николаевна

**МАРКЕТИНГ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО
«ЭЛЕГИЯ»)**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат технических наук
доцент Т. В. Борздова

Допущен к защите
«___» _____ 2015 г.
Зав. кафедрой управления недвижимостью
_____ Т. В. Борздова
кандидат технических наук, доцент

Минск, 2015

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 69 страниц, 27 таб., 4 рис., 48 источников, 5 прилож.

Ключевые слова: МАРКЕТИНГ, СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Объект исследования – ООО «Элегия».

Предмет исследования – маркетинговая деятельность ООО «Элегия» на рынке.

Цель работы: исследование маркетинговой деятельности ООО «Элегия» и разработка мероприятий по её совершенствованию.

Методы исследования: сравнительного анализа, синтеза, группировок.

Исследования: дано теоретическое обоснование маркетинговой стратегии предприятия; проанализирована хозяйственная деятельность ООО «Элегия» и маркетинговая деятельность на рынке; разработаны рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

Элементом новизны в работе является оценка эффективности установки информационно-аналитического комплекса, в который входят программы Marketing Analytic, Marketing GEO и Marketing Expert, поддерживающие широкий обмен данными между собой, а также с учетной системой предприятия.

Технико-экономическая, социальная и экономическая значимость: заключается в том, что основные выводы и разработки могут быть использованы как для повышения эффективности маркетинговой деятельности ООО «Элегия», так и других предприятий Республики Беларусь.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней аналитический и расчетный материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого вопроса, а все заимствованные из литературных и других источников, теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

RESUME

Diploma work: 69 pages, 27 tab., 4 fig., 48 source., 5 add.

Key words: MARKETING, STRATEGY, MARKETING ACTIVITY

Object of research – JSC Elegiya.

Subject of research – marketing activity of JSC Elegiya in the market.

Work purpose: research of marketing activity of JSC Elegiya and development of actions for its improvement.

Research methods: comparative analysis, synthesis, groups.

Researches: theoretical justification of marketing strategy of the enterprise is given; it is analyzed economic activity of JSC Elegiya and marketing activity in the market; recommendations about improvement of marketing activity of the enterprise are developed.

Novelty aspect in work is the assessment of efficiency of installation of an information and analytical complex which includes the Marketing Analytic, Marketing GEO and Marketing Expert programs supporting broad data exchange among themselves and also with registration system of the enterprise.

Technical and economic, social and economic importance: is that the main conclusions and development can be used as for increase of efficiency of marketing activity of JSC Elegiya, and other enterprises of Republic of Belarus.

The author of work confirms that the settlement and analytical material given in the thesis correctly and objectively reflects a condition of the studied process, and all theoretical, methodological and methodical provisions and concepts borrowed from literary and other sources are followed by links to their authors.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 69 старонка, 27 таб., 4 мал., 48 крыніц, 5 прыклаў.

Ключавыя словы: МАРКЕТЫНГ, СТРАТЭГІЯ, МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ

Аб'ект даследавання - ТАА «Элегія».

Прадмет даследавання - маркетынговая дзейнасць ТАА «Элегія» на рынку.

Мэта работы: даследаванне маркетынгавай дзейнасці ТАА «Элегія» і распрацоўка мерапрыемстваў па яе ўдасканаленні.

Метады даследавання: параўнальнага аналізу, сінтэзу, груповак.

Даследаванні: дадзена тэарэтычнае абгрунтаванне маркетынгавай стратэгіі прадпрыемства; прааналізавана гаспадарчая дзейнасць ТАА «Элегія» і маркетынговая дзейнасць на рынку; распрацаваны рэкамендацыі па ўдасканаленні маркетынгавай дзейнасці прадпрыемства.

Элементарам навізны ў працы з'яўляецца ацэнка эфектыўнасці ўстаноўкі інфармацыйна-аналітычнага комплексу, у які ўваходзяць праграмы Marketing Analytic, Marketing GEO і Marketing Expert, якія падтрымліваюць шырокі абмен дадзенымі паміж сабой, а таксама з уліковай сістэмай прадпрыемства.

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная і эканамічная значнасць: заключаецца ў тым, што асноўныя высновы і распрацоўкі могуць быць выкарыстаны як для павышэння эфектыўнасці маркетынгавай дзейнасці ТАА «Элегія», так і іншых прадпрыемстваў Рэспублікі Беларусь.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў дыпломнай працы разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя становішча і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.